

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*. Sugiyono (2008: 36) menyatakan bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan *Kausal* adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi Tinier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen (Y), yaitu loyalitas pelanggan.

B. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah perusahaan Toko Global Computer di Lumajang adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi di Lumajang adalah :

- a. Dukungan dari pemilik perusahaan yang komperatif sehingga-sangat

membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian,

- b. Lokasi obyek penelitian yang berada tidak jauh dari di pusat kota Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
- c. Kedatangan pembeli yang merupakan pelanggan di perusahaan yang cukup ramai sangat membantu peneliti dalam menjangkau data responden melalui kuesioner. Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen berupa kualitas produk dan harga terhadap variabel independen yaitu loyalitas pelanggan.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*. Sugiyono (2008: 36) menyatakan bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. *Hubungan Kausal* adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen (Y), yaitu loyalitas pelanggan.

2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah perusahaan Toko Global Computer di Lumajang adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi di Lumajang adalah

- a. Perkembangan Toko Global Computer di Lumajang yang cukup pesat dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.
- b. Dukungan dari pemilik perusahaan yang komperatif sehingga sangat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian.
- c. Lokasi obyek penelitian yang berada tidak jauh dari di pusat kota Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
- d. Kedatangan pembeli yang merupakan pelanggan di perusahaan yang cukup ramai sangat membantu peneliti dalam menjaring data responden melalui kuesioner.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, sebagai berikut :

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut. (Mudrajad Kuncoro, 2007:25). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan Toko Global Computer di Lumajang berupa data jumlah pembelian, data konsumen dan pelanggan, profil perusahaan, dasar hukum pendirian dan surat perijinan.

b. Data Eksternal

Data eksternal merunakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut. (Mudrajad Kuncoro, 2007:25). Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tentang kondisi persaingan usaha sejenis khususnya di Kabupaten Lumajang. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya (Sugiyono, 2004:128). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pembeli dan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan perusahaan makanan ringan di Global Computer di Lumajang

b. Data Sekunder

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data atau sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data iklan tentang produk Toko Global Computer di Lumajang yang ditayangkan di mediaradio dan televise lokal, disamping itu juga data yang diperoleh

dari para pemilik Toko Global Computer di Lumajang yang menjual
Toko Global Computer di Lumajang.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pelanggan yang telah membeli produk makanan ringan di Toko Global Computer di Lumajang. Adapun yang dimaksudkan pelanggan adalah konsumen yang telah membeli produk Toko. Computer Global di Lumajang lebih dari satu kali dan tetap setia memakai produk. Menurut data yang diberikan dari pihak Toko Global Computer di Lumajang.

Toko Global Computer di Lumajang diperoleh jumlah pelanggan sampai dengan tahun 2012 ini adalah sebanyak 287 pelanggan. Jadi jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 287 pelanggan.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pengambilan objeknya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan menggunakan berbagai cara.

Sedangkan kriteria pemilihan sampel penelitian ini ditentukan sebagai berikut :

- a. Konsumen yang membeli produk di Toko Global Computer di Lumajang lebih dari satu kali.
- b. Konsumen yang membeli lebih dari satu macam produk Toko Global Computer di Lumajang
- c. Konsumen yang mengajak orang disekitarnya untuk membeli produk Toko Global Computer di Lumajang
- d. Konsumen yang bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Lumajang dan sekitarnya, sehingga akan membantu peneliti dalam menjangkau data responden. Berdasarkan kriteria sampel tersebut, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 pelanggan pada Toko Global Computer di Lumajang.

E. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah representasi dari *construct* (abstraksi dari fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati) yang dapat diukur dengan berbagai macam nilai. (Indriantoro dan Supomo, 1999:23). Sedangkan menurut Sugiyono (2004:37) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya

a. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi

oleh variabel independen dan sering disebut sebagai variabel konsekuensi. (Indriantoro dan Supomo, 1999:26). 14akekat sebuah masalah mudah terlihat dengan tnengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sering disebut dengan variabel yang mendahului (Indriantoro dan Supomo, 1999:27). Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

1 : Kualitas produk (X)

2 : Harga (X)

2. Definisi Konseptual Variabel

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah totalitas figur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang di tawarkan oleh perusahaan

pesaing. akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

b. Harga (X₂)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:80) mendefinisikan tentang harga adalah perangkat independen dari sisa bauran pemasaran dan hlikannya sebagai unsur instrinsik dari strategi penentu posisi pasar dan harga tidak cukup bervariasi untuk butir-butir produk, segmen pasar, saluran distribusi, dan kesempatan pembeli yang berbeda. Yang lain memiliki sikap yang berbeda. Mereka menggunakan harga sebagai alat strategis penting. Mereka mengkustomisasi harga dan penawaran berbasis pada nilai dan biaya segmen.

c. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas didefinisikan sebagai kesetiaan pada sesuatu dengan rasa cinta. sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain atau perusahaan tempat dia meletakkan loyalitasnya. Menurut pendapat menurut Aaker (dalam www.untukku.com.2006), menjelaskan bahwa loyalitas merk merupakan satu ukuran keterkaitan seseorang pelanggan pada sebuah merk. Aaker juga menambahkan "suatu cara langsung untuk menetapkan loyalitas, terutama untuk perilaku kebiasaan (*habitual behaviour*), adalah memperhitungkan pola-pola pembelian aktual. Diantara ukuran-ukuran yang digunakan adalah laju pembelian ulang, persentase pembelian dan jumlah merk yang dibeli.

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penyebaran konsep dalam kegiatan yang lebih kongkret. Hal ini dilakukan dengan mencari indikator yang tepat dari masing-masing variabel sehingga variabel-variabel tersebut dapat dihitung dengan tepat.

a. Kualitas Produk (XI)

Yang dimaksudkan kualitas produk dalam penelitian ini adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Tjiptono (dalam www.untukku.com, 2006 : 25), diinensi kualitas produk yang merupakan indikator dari kualitas produk, meliputi

- 1) *Kinerja (performance)*
- 2) *Keistimewaan tambahan (feature)*
- 3) *Keandalan (reliability)*
- 4) *Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications)*
- 5) *Daya tahan (durability)*
- 6) *Etetika (esthetic)*
- 7) *Ketetapan kualitas (perceived quality)*

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala Likert, sebagai berikut :

- 1) *Produk Toko Global Computer di Lumajang berpenampilan menarik.*
- 2) *Produk yang rusak akan diganti sepenuhnya oleh Toko Global Computer di*

Lumajang

- 3) *Produk Global Computer di Lumajang mempunyai mutu yang terbaik.*
- 4) *Variasi produk Toko Global Computer di Lumanjang sesuai dengan selera konsumen.*
- 5) *Produk Toko Global Computer di Lumajang mempunyai daya tahan yang bagus.*
- 6) *Toko Global Coputer di Lumanjang memberikan sentuhan-sentuhan yang menarik pada setiap produknya.*
- 7) *Produk Toko Global Computer di Lumajng selalu teruji kualitas dan keunggulan produknya dibandingkan dengan produk pesaingnya.*

b. *Harga (X2)*

Yang dimaksudkan harga dalam penelitian ini adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan di pasar tertentu. Adapun indikator dari variabel harga adalah :

- 1) Kesesuaian harga dengan daya beli
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Adanya potongan harga yang menarik
- 4) Adanya *cash back* jika produk mengalami kerusakan

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala Likert, sebagai berikut :

- 1) Harga produk Toko Global Computer di Lumajang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan.
- 2) Harga produk Toko Global Compute di Lumajang sesuai dengan kualitas

produknya.

- 3) Toko Global Computer di Lumajang memberikan potongan harga yang menarik.
- 4) Toko Global Computer di Lumajang memberikan *cash back* untuk produk yang rusak.

c. Loyalitas Pelanggan (Y)

Yang dimaksudkan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah kesetiaan pada sesuatu dengan rasa cinta. sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain atau perusahaan tempat dia meletakkan loyalitasnya. Adapun indikator loyalitas pelanggan yang merupakan ciri-ciri pelanggan yang loyal, yaitu :

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur.
- 2) Melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan tersebut.
- 3) Memberikan referensi pada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing.

Berdasarkan indikator tentang loyalitas pelanggan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala Likert, sebagai berikut :

- 5) Saya selalu tertarik untuk membeli ulang produk Toko Global Computer di Lumajang
- 6) Saya selalu tertarik untuk membeli produk yang lain pada . Toko Global

Computer di Lumajang

- 7) Saya akan mempengaruhi konsumen lain untuk membeli produk
- 8) Saya tetap menggunakan produk Toko Global Computer di Lumajang meskipun banyak produk pesaing lainnya yang dapat mempengaruhi pilihan saya.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dikirimkan kepada responden, baik secara langsung maupun dengan bantuan pemilik usaha (Sugiyono,2008:90). Untuk penyebaran, kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen yang merupakan pelanggan yang membeli produk-produk Computer di Toko Global. Computer di Lumajang, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang pelanggan. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapat data tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Pengukuran data untuk variabel kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala

Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2008:93) sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| 1. Sangat setuju/ selalui sangat positif (SS/ SL) diberi skor | 5 |
| 2. Setujul sering,/ positif (ST/ SR) diberi skor | 4 |
| 3. Ragu- ragu/ kadang-kadang. Netral (RG/ KS) diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/ hampir tdak pernah/ negative (TS/ TP) diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/ tidak pernah (STS/ S) diberi skor | 1 |

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Sugiyono, 2008:92). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik, karyawan dan pelanggan Global Computer di Lumajang.

3. Observasi

Merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2008:93). Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati secara langsung obyek penelitian yaitu dengan mengamati proses produksi dan pemasaran produk makanan ringan Global Computer di Lumajang.

4. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, buku atau arsip yang ada di perusahaan yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian (Sugiyono, 2008:92). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa data- data perijinan, data penjualan, data produksi dan data pelanggan yang diperoleh dari pihak pengelola Global Computer di Lumajang.

5. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membacaliteratur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk memperoleh teori-teori yang mendukung penelitian ini, peneliti melakukan studi kepustakaan.

G. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, oleh karena itu harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut dengan variabel penelitian. (Sugiono, 2009:146). Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. (Sugiono, 2009:131). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang akan menghasilkan data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori tetapi posisi data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam skala peringkat. (Tabachnik & Fidell, 1996:8 dalam Mudrajat kuncoro, 2007:23).

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel2

No	Variabel	Instrumen	Skala
	Kualitas Produk (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Toko Global Computer di Lumajang 2. berpenampilan menarik 3. Produk yang rusak akan diganti sepenuhnya oleh Toko Global Computer di Lumajang 4. Produk Global Computer di Lumajang mempunyai mutu yang 5. Variabel Produk Global Computer 6. Lumajang sesuai dengan selera konsumen 7. Produk Toko Global Computer di Lumajang selalu teruji kualitas dan keunggulan produknya dibandingkan dengan produk pesaingnya 	Ordinal

2	Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Toko Global Computer di Lumajang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan 2. Harga produk Toko Global Computer di Lumajang sesuai dengan kualitas produknya 3. Toko Global Computer di Lumajang memberikan potongan harga yang menarik 4. Toko Global Computer di Lumajang memberikan <i>cash back</i> untuk produk yang rusak 	Ordinal
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya selalu tertarik untuk membeli ulang produk Toko Global Computer di Lumajang 	Ordinal

		<p>2. Saya selalu tertarik untuk memberi produk yang lain pada Toko Global Computer di Lumajang</p> <p>3. Saya akan mempengaruhi konsumenlain untuk membeli produk</p> <p>4. Saya tetap menggunakan produk TokoGlobal Computer di Lumajang meskipun banyak produk pesaing lainnya yang dapat mempengaruhi pilihan saya</p>	
--	--	--	--

Variabel, instrumen dan Skala penelitian

H. Tehnik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel

independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2009:35). Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas.

1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan realibel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Uji validitas atau kesalahan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Arikunto (2003:135) bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* (Husein Umar, 2003:84) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2 - (\sum x)^2/n)(\sum y^2 - (\sum y)^2/n)}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/ responden

x = Skor pertanyaan

y = Skor total

Menurut Sugiyono (2008 134), syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3, Jadijika korelasi antara butir dengan Skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hash yang tidak berbeda (Sugiyonc, 2008:137). Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hash yang serupa. Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33), uji realibilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut

Tabel 3
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 - 0,20	Kurang Reliabel

2	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 - 0,80	Reliabel
5	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

c. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Lipier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi — asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan(bias). Menurut Lukas Setia Atmaja (2009:184), asumsi asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan yang tinier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi Y. Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk semua nilai Y' . Jika hal ini tei jadi, perbedaan menurut "*homoscedasticity*" Selain itu, nilai residual atau $(Y-Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata — rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkolerasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorrelation*" atau "otokorelasi". Otokorelasi sexing terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen *tidak* boleh berkorelasi dengan variabel independen

lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

Karena jenis data dalam penelitian ini bukan data time series, maka asumsi dasar regresi tinier berganda yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah data harus berdistribusi normal, bebas multikolinieritas dan heterokedastisitas.

2. Pengujian Normalitas Data

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:94), penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias. Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*)
- b. Distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di sate titik tengah.

Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus skewness. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistic yaitu nilai skweness sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika skweness bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

Selanjutnya nilai Z dihitung , dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z hitung lebih kecil dri nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

- c. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot pada output SPSS*, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lures diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi. (Singgih Santoso, 2012:361)

3. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Mudrajad Kuncore (2007:98), multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel. Multikolinieritas juga berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain sating berkorelasi linier. Berarti multikolinieritas dapat dikatakan sebagai suatu keadaan di mana variabel-variabel independen dalam suatu persamaan mempunyai hubungan yang kuat. Biasanya korelasinya mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu). Ada beberapa cara untuk mengetahui adanya multikolinieritas yaitu:

- 1) Menganalisis koefisien korelasi antara variabel bebas. Jika diantara dua variabel bebas memiliki koefisien korelasi spesifik seperti koefisien korelasi yang tinggi antara variabel bebas tersebut atau tanda koefisien variabel bebas yang berbeda dengan tanda koefisien regresinya, maka dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.
- 2) Membuat persamaan regresi antara variabel bebas. Jika persamaan regresi tersebut koefisien regresinya signifikan, maka model regresi tersebut mengandung multikolinieritas.

- 3) Menganalisis nilai r^2 , F ratio tinggi sedangkan t_0 sangat rendah yang berarti sebagian besar atau bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan, maka ada kemungkinan dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.

Untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat out put SPSS pada *table coefficients* jika

